Маніторынг: “Асвятленне прэзідэнцкіх выбараў 2015 г. у беларускіх СМІ”

(17–31 жніўня 2015 г.)

1. Уводзіны

У бюлетэні падсумоўваюцца вынікі маніторынгу, атрыманыя цягам двух тыдняў, з 17 па 31 жніўня 2015 г. Гэты перыяд, згодна з каляндарным планам Цэнтральнай выбарчай камісіі Рэспублікі Беларусь, ахоплівае этап збору подпісаў за патэнцыйных кандыдатаў на пасаду прэзідэнта, здачу падпісных лістоў, праверку сапраўднасці подпісаў ды некаторыя іншыя працэдуры.

Маніторынг мае на мэце інфармаваць журналісцкую супольнасць краіны і выбарцаў датычна:

– істотнасці поўнага і ўсебаковага асвятлення выбарчага працэсу;

– важнасці прынцыпаў журналісцкай этыкі і міжнародных стандартаў пры асвятленні выбарчых кампаній;

– неабходнасці прытрымлівацца прафесійнага абавязку нескажона, неперадузята і поўна інфармаваць выбарцаў пра электаральны працэс, праграмы кандыдатаў і меркаванні іх прыхільнікаў альбо апанентаў.

У полі ўвагі маніторынгу – матэрыялы, што тычацца выбарчага працэсу і патэнцыйных кандыдатаў (надалей, пасля рэгістрацыі, – кандыдатаў)[1]. Матэрыялы аналізуюцца з пункту гледжання як колькасных, так і якасных паказчыкаў. А таксама фіксуюцца выпадкі непрафесійнага, перадузятага, няпоўнага, аднабаковага альбо скажонага асвятлення, парушэння журналісцкай этыкі, адхілення ад міжнародна прызнаных стандартаў журналісцкай працы падчас выбарчых кампаній[2].

2. Падсумаванне вынікаў

Параўнальна з прэзідэнцкай кампаніяй 2010 г. манітараваныя дзяржаўныя электронныя медыя надалі тэме выбараў большую вагу. Гэта вынікае з параўнання часу, адведзенага гэтай тэме, ды такім рубрыкам, як надвор'е і спорт. Калі ў аналагічны перыяд папярэдніх выбараў электаральная тэматыка мела часу ў два ці тры разы меней за сюжэты, прысвечаныя надвор'ю, дык цяпер яна стала сувымернай. На карысць выбарчай тэматыкі змяніліся таксама і суадносіны з тэмай "Спорт".

Разам з тым, дзяржаўныя электронныя і друкаваныя СМІ не акцэнтавалі (праз спецыяльна падрыхтаваныя рэпартажы і матэрыялы) увагу на працэсе збору подпісаў за патэнцыйных кандыдатаў. Мінімальнай была інфармацыя і пра ініцыятыўныя групы.

Як і падчас папярэдняй кампаніі, у названых СМІ дамінаваў вобраз аднаго прэтэндэнта – дзеючага кіраўніка дзяржавы. Пры гэтым надаваная яму ўвага далёка не заўседы была звязаная з выкананнем бягучых службовых абавязкаў. Прозвішчы астатніх прэтэндэнтаў альбо толькі ўзгадваліся, альбо ўвогуле ігнараваліся.

Дзяржаўныя СМІ досыць грунтоўна асвятлялі дзейнасць ЦВК, тэрытарыяльных камісій і мясцовых уладаў, заангажаваных у падрыхтоўку выбараў. Палітычныя партыі, што ў іх удзельнічаюць, такой увагі з боку гэтых медыя не выклікалі.

Адносна шмат часу і плошчы атрымалі на гэтым этапе назіральнікі як з краін СНД, так і ад БДІПЧ АБСЕ.

У пазітыўным святле дзяржаўныя медыя рэпрэзентавалі дзейнасць некаторых праўрадавых арганізацый. Разам з тым, увага да іншых арганізацый грамадзянскай супольнасці адсутнічала.

У тых жа самых медыя зафіксаваныя выпадкі незбалансаванага асвятлення выбарчага працэсу, у якім аддавалася перавага аднаму з бакоў.

Недзяржаўныя медыя найбольшую ўвагу надалі палітычным суб'ектам выбарчага працэсу, і, перадусім, патэнцыйным кандыдатам.

Падаваныя недзяржаўнымі СМІ ацэнкі суб'ектаў выбарчага працэсу вар'іююцца ад нейтральных да пазітыўных і негатыўных. Разам з тым, у гэтых выданнях не зафіксавана выпадкаў перадузятага стаўлення ці тэндэнцыйнага асвятлення.

Усе гэтыя высновы абапіраюцца на колькасныя паказчыкі маніторынгу, аналіз зместу манітараваных СМІ, а таксама на канкрэтныя выказванні і сцвярджэнні, што прыводзяцца ніжэй.

3. Асноўныя вынікі

3.1 Дзяржаўныя медыя

Як адзначалася вышэй, падчас гэтай кампаніі ў дзяржаўных электронных медыя змяніліся суадносіны часу, адведзенага выбарчай тэматыцы, выпускам прагнозу надвор'я і спорту. Да прыкладу, навінавая праграма "Панарама" (ТБ-канала "Беларусь 1") адвяла прагнозу надвор'я 3%, а выбарчаму працэсу – каля 5%. Спартовыя ж навіны занялі 17,2% часу. У адпаведны перыяд 2010 г. гэтыя суадносіны выглядалі так: выбарчы працэс – 0,86% часу, надвор'е – 3,45%, спорт – 17,4%.

У праграме *"Радыёфакт" (Першы нацыянальны канал Беларускага радыё*) агульны эфірны час, адведзены тэме выбараў, склаў амаль 10%, а выпускам прагнозу надвор'я – каля 9%. Прыкладна такія ж суадносіны характэрныя і для праграмы *"Наши новости" (ОНТ)* і выпуску *"Навіны" (ТРК "Магілеў").*

Разам з тым, галоўныя дзеючыя асобы (патэнцыйныя кандыдаты на пасаду прэзідэнта), за выключэннем аднаго з іх, апынуліся далёка не галоўнымі персанажамі дзяржаўных медыя. Так, праграма *"Панарама"* прысвяціла ім 0,5% часу параўнальна з усімі астатнімі суб'ектамі маніторынгу, а праграма *"Радыёфакт"* – 3,4% часу. Штодзённая газета ***"****Беларусь сегодня"* прадаставіла ім усяго каля 6% плошчы параўнальна з усімі астатнімі суб'ектамі маніторынгу. Дарэчы, як і падчас мінулай прэзідэнцкай кампаніі, патэнцыйных кандыдатаў у большасці выпадкаў толькі ўзгадвалі. Даволі часта прозвішчы не называліся.

Мінімальнай была і прысутнасць прадстаўнікоў ініцыятыўных груп і тых будучых выбарцаў, якія паставілі подпісы за аднаго ці некалькіх патэнцыйных кандыдатаў. Так, праграма *"Панарама" (ТБ-канала "Беларусь 1", 21.08.2015)* прадаставіла слова кіраўнікам ініцыятыўных груп. Вызначаны ў эфіры час быў размеркаваны наступным чынам: кіраўнік ініцыятыўнай групы дзеючага прэзідэнта – 42 сек., кіраўнік ініцыятыўнай групы сп. Гайдукевіча – 30 сек., кіраўнік ініцыятыўнай групы спн. Караткеіч – 23 сек. Час, адведзены астатнім кіраўнікам груп, – яшчэ меншы. Да таго ж, кіраўнік ініцыятыўнай групы дзеючага прэзідэнта сп. Орда прамаўляў і ў штотыднёвай праграме *"Главный эфир" ("Беларусь 1", 23.08.2015).*

У большасці выпадкаў ініцыятыўныя групы, як і тыя, дзеля каго яны працавалі, рэпрэзентаваліся ананімна.

Галоўным суб'ектам гэтага этапу, як і падчас мінулай кампаніі, быў дзеючы кіраўнік краіны. Адмыслова падрыхтаваны тэлесерыял над назвай "XXI век" *(праграма "Главный эфир", "Беларусь 1")* пазітыўна альбо надзвычай пазітыўна распавядае пра дваццацігадовы тэрмін прэзідэнцтва сп. Лукашэнкі як пра гісторыю нашых здзяйсненняў і перамог.

У праграме *"Панарама"* Прэзідэнту было адведзена 78% часу параўнальна з усімі іншымі суб'ектамі маніторынгу (падчас мінулай кампаніі – 75%). Праграма *"Радыёфакт"*, у сваю чаргу, прадаставіла дзеючаму кіраўніку краіны каля 34% часу. ЦВК і тэрытарыяльныя камісіі атрымалі ў названых праграмах адпаведна амаль 6 і 28% часу параўнальна з усімі астатнімі суб'ектамі.

Інфармацыйны рэсурс *www.belta.by*, як і іншыя дзяржаўныя СМІ, дастаткова вялікую ўвагу надаў назіральнікам з краін СНД і ад БДІПЧ АБСЕ. Прычым увага да гэтых групаў назіральнікаў прыкладная роўная, а інфармацыя пра іх – пераважна нейтральная. Так, *www.belta.by* прадаставіла "заходнім" назіральнікам 15% плошчы, а Назіральнікам ад краін СНД – каля 11% параўнальна з усімі астатнімі суб'ектамі маніторынгу. Газета *"Беларусь сегодня"* таксама надала больш увагі заходнім назіральнікам і рэпрэзентавала ўсіх нейтральна.

Што тычыцца беларускіх назіральнікаў, то, паводле словаў спн. Ярмошынай, іх *"аккредитовано 624 человека... Более всего от политических партий представлено компартией Беларуси, 46 человек (...) наиболее представительна Федерация профсоюзов Беларуси – 113. На втором и третьем местах, в принципе они делят второе место, – Белорусский республиканский союз молодежи и объединение Белая Русь". (праграма "Радыёфакт" 28.08.2015).* Дарэчы адзначыць, што апошнія дзве арганізацыі даволі часта рэпрэзентуюцца дзяржаўнымі СМІ пазітыўна.

Характэрнай асаблівасцю гэтага перыяду маніторынгу з'яўляецца і тое, што дзяржаўныя медыя пакуль не заўважылі "апазіцыю".

3.2 Недзяржаўныя медыя

Інтэрнэт-газета *www.naviny.by*, у адрозненне ад недзяржаўных папяровых газет, шырока рэпрэзентавала розныя суб'екты выбарчай кампаніі, аддаючы, аднак, перавагу патэнцыйным кандыдатам (25% плошчы). Наступныя па значнасці суб'екты – ЦВК, палітычныя партыі, няўрадавыя арганізацыі, ініцыятыўныя групы.

Газеты *"Народная Воля" і "Наша Ніва"* сканцэнтравалі сваю ўвагу на нешырокім коле ўдзельнікаў выбарчага працэсу. Перадусім гэта

патэнцыйныя кандыдаты (66% плошчы – у адным і другім выпадку). Прэзідэнт і заходнія назіральнікі атрымалі ў *"Народнай Волі"* адпаведна 20 і 10% плошчы параўнальна з іншымі суб'ектамі маніторынгу. А *"Наша Ніва"* больш пісала пра апазіцыю і электарат.

"Комсомольская правда в Беларуси" сканцэнтравалася галоўным чынам на патэнцыйных кандыдатах і Прэзідэнце.

Рэпрэзентуючы патэнцыйных кандыдатаў і іх групы па збору подпісаў, недзяржаўныя выданні імкнуліся пазбягаць ананімнасці.

4. Эфекты медыя

Пад гэтым тэрмінам мы разумеем выпадкі аднабаковага ці тэндэнцыйнага асвятлення, неабгрунтаваных інтэрпрэтацый, наўмыснага альбо ненаўмыснага (падсвядомага) скажэння інфармацыі, селектыўнага ці фрагментарнага адлюстравання рэчаіснасці, а таксама замоўчванне падзеяў і фактаў, што змяняюць альбо могуць змяніць грамадскую візію сітуацыі. Такія выпадкі былі зафіксаваныя.

Праграма *"Радыёфакт" (Першы нацыянальны канал Беларускага радыё,* 17.08.2015) да рэгістрацыі кандыдатаў і пачатку агітацыйнай кампаніі паведаміла, што на шостай пазачарговай Рэспубліканскай канферэнцыі Беларускага саюза жанчын *"Лідзія Ярмошына выказала надзею, што члены жаночай арганізацыі прымуць актыўны ўдзел у агітацыйнай кампаніі".* Інфармацыйны кантэкст не пакідае сумневу, на карысць якога кандыдата сябры Беларускага саюза жанчын будуць разгортваць сваю агітацыйную кампанію.

Праграма *"Панарама" ("Беларусь 1", 18.08.2015):* па словах карэспандэнта, кіраўнік місіі назіральнікаў СНД Лебедзеў адзначае, што *«в Беларуси растёт уровень профессионализма тех, кто непосредственно участвует в организации процесса выборов».* Высокую самаацэнку дае і старшыня Дзяржынскай раённай камісіі па выбарах Чаган: *«Уровень подготовки членов избирательных комиссий намного вырос... То есть, выборы идут чётко, организованно, строго в соответствии с действующим законодательством и, самое главное, без ошибок".* Меркаванні іншых суб'ектаў выбарчага працэсу, аднак, адсутнічалі.

Дзяржаўныя медыя праграмуюць надзвычай высокую электаральную актыўнасць маладых выбарцаў. У праграме абласнога радыё *"Навіны" ТРК "Магілёў" (20.08. 2015),* якая выйшла ў эфір а 18-й гадзіне, было дадзенае слова прадстаўнікам ветэранскай арганізацыі Кастрычніцкага раёна г. Магілева. Спн. Зінаіда Марозава, у прыватнасці, сказала: *"Как наблюдатель – неоднократно, и с удовольствием снова приму самое-*

самое активное участие в этом. И на выборах президента я была, и на местных была я неоднократно. Вы знаете что, активные, меня даже вот поразило было, в местные, в том году выбирали: что уже без пяти восемь, ну бегут! Именно молодые, меня это даже поразило". А ў праграме *"Радыёфакт" (Першы нацыянальны канал Беларускага радыё,* 23.08.2015) каардынатар работы саюза моладзі ў Інтэрнэт-прасторы Алеся Віннік заявіла: *"Мы также проводим социологическое исследование по интересу молодежи к выборам и видим, что полгода назад еще только 70% нашей молодежи были точно уверены и собирались прийти на выборы. А не так давно, буквально месяц назад, мы провели социологическое исследование – уже 89% молдежи нам ответило, что "да" – они идут на выборы".*

Дзяржаўныя медыя даюць надзвычай пазітыўную ацэнку аднаму з патэнцыйных кандыдатаў. *Праграма "Панарама" ("Беларусь 1", 18.08.2015)* вуснамі вядучай: "*Помогать – это уже добрая традиция белорусов, инициатором которой ранее стал Президент, дав старт акции «Собери портфель первокласснику». И сегодня на встрече с министром образования Александр Лукашенко в очередной раз призвал всю страну подключиться к инициативе».* А ў рэпартажы з цыклу *"Мы сделали это вместе"* тая ж праграма *(19.08.2015)* распавядае, як Горацкая дзяржаўная сельскагаспадарчая акадэмія набывае новае жыццё дзякуючы ініцыятыве Прэзідэнта. Карэспандэнт за кадрам (пасля расповеду пра праблемы акадэміі) *: "В 1995 году Александр Лукашенко приехал на юбилей своего родного вуза… Этот год стал знаковым для учебного заведения: здесь открылись новые кафедры, для сельского хозяйства стали готовить не только аграриев, но и бизнесменов».*

Што да астатніх патэнцыйных кандыдатаў, то дамінуе іншая рэпрэзентацыя, а менавіта – іх прозвішчы альбо толькі ўзгадваліся альбо ўвогуле не называліся. Паводле гэтай рэпрэзентацыі, ніхто з іх не мае выразнага палітычнага аблічча. А ацэнка некаторых з іх часам была адмоўная альбо надзвычай адмоўная. У інтэрв'ю праграме ("Главный эфир", "Беларусь 1", 23.08.2015) спн. Лідзія Ярмошына сказала: *"Мне казалось, что все руководители политических партий преодолеют этот барьер. Тем не менее, оказалось, что руководители двух партий, которые претендуют на всё в нашей стране и в том числе на общественное мнение, мало того что не смогли собрать подписи, так ещё и не сдавали их. Это очень большая ошибка, это опрометчивость, потому что подобное поведение мне напоминает некую гимназическую истерику, понимаете, это такой отказ от участия в выборах. Они могли… подняться на этих выборах, показать себя и свой потенциал, а сейчас они перейдут в разряд маргинальных».*

У наступным сюжэце той жа праграмы яе палітычны аглядальнік дзеліцца сваімі назіраннямі адносна таго, што, па словах вядучага, *"белорусов зацепило на этапе сбора подписей?"*. Вось некаторыя выразы на адрас патэнцыйных кандыдатаў і ініцыятыўных груп: *"легко одетые юные сборщицы политического урожая", "публичный образ политика*

получался то менее впуклым, то более выпуклым”, “обладатель командирского орала А. Лебедько, надевший по случаю жёлтую майку аутсайдера”.

У гэты ж перыяд манітараваныя дзяржаўныя медыя праігнаравалі навіну пра вызваленне былога кандыдата на Прэзідэнта падчас выбараў 2010 г. Мікалая Статкевіча ды іншых палітзняволеных.

Напрыканцы даклада варта адзначыць, што параўнальна з прэзідэнцкай кампаніяй 2010 г. заўважаныя некаторыя асаблівасці цяперашняга асвятлення выбарчага працэсу. На падставе гэтых асаблівасцяў, аднак, пакуль рана рабіць хоць якія сур’ёзныя высновы.

---

[1] Аб’ектамі маніторынгу сталіся *навінная праграма “Панарама” (“Беларусь 1”); навінная праграма “Наши новости” (ОНТ); штотыднёвая праграма “Главный эфир” (“Беларусь 1”); праграма ”Радыёфакт” (Першы нацыянальны канал Беларускага радыё); праграма “Навіны-рэгіён” (ТРК “Магілёў”); Абласное радыё (ТРК “Магілеў”); інтэрнэт-рэсурсы* www.naviny.by і www.belta.by; *друкаваныя СМІ* **“***Беларусь сегодня”, “Народная воля”, “7 дней”, “Наша Ніва”, “Комсомольская правда в Белоруссии” (“таўстушка”), “Могилёвская Правда”.*

[2] Дакументамі, на падставе якіх фармуецца якасны аналіз, з’яўляюцца Кодэкс журналісцкай этыкі (Прыняты ў 2006 годзе на з'ездзе БАЖ); Дэкларацыя прынцыпаў прафесійнай этыкі журналіста; Освещение выборов в СМИ (Беларусь). Редакция 2015 г.; Международные стандарты освещения выборов в СМИ.